



PUBLICIS GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 3 mai 2005

Publicis Groupe : 1^{er} trimestre 2005

Revenu : 887 millions €

Croissance organique : + 4 %

New Business : 1,5 milliard US\$ (1,13 milliard €)

Pour Maurice Lévy, Président du Directoire de Publicis Groupe :

« Les chiffres réalisés au cours du premier trimestre, associés aux conquêtes record de nouveaux budgets, me conduisent à confirmer ma confiance dans les performances du groupe pour l'année 2005. »

Un revenu en croissance organique de 4 %

Le dynamisme retrouvé en Amérique du Nord et la bonne progression en Asie Pacifique et en Amérique Latine se traduisent par une croissance organique de 4 %. Le revenu consolidé de Publicis Groupe pour le premier trimestre s'établit à 887 millions d'euros.

Ce bon niveau de croissance organique, identique à la moyenne de l'année 2004, marque une forte accélération par rapport au quatrième trimestre 2004. Ce taux a pu être réalisé malgré un marché européen relativement atone, qui présente toujours des disparités selon les pays.

Un nouveau record en New Business net : 1,5 milliard de dollars

Après une année 2004 record en New Business, Publicis Groupe a poursuivi sur cette dynamique au premier trimestre 2005. Cette forte activité de conquête de nouveaux budgets s'est traduite par les classements de Lehman Brothers et de Bear Stearns plaçant Publicis Groupe en tête du palmarès du secteur. Au total, 1,13 milliard d'euros nets (1,5 milliard de dollars US nets) ont été remportés par les différents réseaux du groupe.

Faits marquants du premier trimestre 2005

Indépendamment des bonnes performances en revenu et en conquête de budgets, le premier trimestre a été marqué par la poursuite du processus de simplification du bilan et de refinancement. Début janvier, Publicis Groupe a procédé au remboursement anticipé de 62 % du montant nominal total de son Océane 2018, éliminant ainsi une dilution future de 11 millions d'actions.

En parallèle, Publicis Groupe a lancé sa première émission obligataire classique (750 millions d'euros à 7 ans) qui a rencontré un grand succès et a été sursouscrite trois fois.



PUBLICIS GROUPE

Revenu par zone géographique

	Millions d'euros	Croissance organique
Europe	359	+ 1,8 %
Amérique du Nord	388	+ 4,8 %
Asie-Pacifique	89	+ 7,0 %
Amérique Latine	36	+ 4,2 %
Reste du monde	15	+ 13,7 %
Total	887	+ 4,0 %

En données publiées, et malgré l'impact négatif des taux de change, le revenu est en progression de 2,4 % par rapport au premier trimestre 2004. Notons par ailleurs que le taux de croissance des opérations en France approche les 7 %. Enfin, les variations du périmètre de consolidation ont été négligeables sur la période.

* *
*

Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577 - NYSE : PUB) est le 4^{ème} groupe mondial de communication et le leader mondial de conseil et achat média, avec une présence dans 104 pays sur les 5 continents.

Le Groupe opère à la fois dans la **publicité**, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome : Leo Burnett, Publicis, Saatchi & Saatchi ; deux réseaux multi-hubs : Fallon Worldwide et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; dans le **conseil et l'achat d'espace** à travers deux réseaux mondiaux : ZenithOptimedia et Starcom MediaVest Group ; et dans les marketing services et la **communication spécialisée** (marketing relationnel, relations publiques, communication corporate et financière, communication ethnique, communication santé...).

Sites internet : www.publicis.com et www.finance.publicis.com

Contacts :

Relations Investisseurs : Pierre Bénaïch - + 33 (0)1 44 43 65 00

Communication : Eve Magnant - + 33 (0)1 44 43 70 25



PUBLICIS GROUPE

Annexe

New Business du 1^{er} trimestre 2005

Publicis :

Marie-France Bodyline (Asie du Sud-Est) – ZTE Telecommunications (Chine) – Direct Seguros (Espagne) – Echostar Dishnetwork (Etats-Unis) – CEDAL, Voyages-sncf.com et sncf.com (France) – ILLVA Saronno/Artic Vodka, Parmalat corporate et San Pellegrino Nestlé Waters/Acqua Panna (Italie) – Nobel Biocare (Royaume-Uni) – Taishin Bank (Taïwan).

Leo Burnett :

Commerce Asset (Asie Pacifique) – Sovereign (Corée du Sud) – Siemens (Chine) – Whirlpool Promotions (Etats-Unis) – Autorités du gaz et Dishnet Wireless (Inde) – Fairy Dishes for Wishes et Nickelodeon (Royaume-Uni) – UNI Drinks (Taïwan).

Saatchi & Saatchi :

Royal & Sun Alliance (Argentine) – Unibanco (Brésil) – Meng Nui Diary et Zuhai Ocean Spring Resort (Chine) – General Mills (extension) et Fromageries Bel/ La Vache qui Rit et Babybel (États-Unis) – Cerebos (Singapour) – Monster.se (Suède).

Autres réseaux et agences de publicité :

- *Fallon* : KitchenAid Home Appliances (Etats-Unis) – Bacardi/Martini (Royaume-Uni).
- *Kaplan Thaler Group* (Etats-Unis) : Revlon et Church & Dwight/Trojan Condoms.

Starcom MediaVest Group (conseil et achat média) :

Bally Total Fitness, EarthLink et Simmons (Etats-Unis) – Sunny Delight (France) – OTE Pyrinas (Grèce) – British Telecom (radio) et Outdoor Group (Royaume-Uni) – Singapore Tourism Board (Singapour).

ZenithOptimedia (conseil et achat média) :

JP Morgan Chase et EchoStar (Etats-Unis) – Wagner Pizza (Allemagne) – les téléphones mobiles Beluga (Chine) – Neuf Telecom et Segafredo Zanetti (France) – Q8 Kuwait Petroleum (Italie) – Staples & Office World (Royaume-Uni).

Agences spécialisées :

- *Arc North America* (États-Unis) : Whirlpool Domestic Appliances
- *MS&L* : EDS (États-Unis) – extension de collaboration avec Philips (Allemagne).
- *Publicis Healthcare Communications Group* : Schering-Plough (monde) – Amgen/Aranesp, AstraZeneca/Crestor et Essilor/Crizal Alize (États-Unis) – Novo Nordisk/Novorapid et NPS/Preos (Royaume-Uni).

Il n'y a pas eu de pertes de budget significatives au cours du trimestre.